

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji dan umrah merupakan ibadah yang dikerjakan dan di impikan bagi umat Islam di tanah suci. Haji merupakan rukun Islam ke lima Wajib dilaksanakan apabila mampu menunaikannya, mampu dalam hal biaya serta sehat jasmani dan rohani, namun apabila orang tersebut mampu dan tidak melaksanakannya maka ia berdosa, ini disebabkan haji hanya diwajibkan sekali dalam seumur hidup artinya apabila seseorang telah melaksanakan ibadah haji pertama maka yang berikutnya merupakan haji yang sunnah Allah SWT.¹

Umumnya bagi masyarakat muslim di Indonesia melaksanakan haji dan umrah melalui travel haji dan umrah menjadi pilihan baginya untuk segera tiba di Masjidil Haram di Makkah selain pelayanannya yang cepat juga banyak kelebihan hingga paket dan harga yang ditawarkan bervariasi, sehingga masyarakat harus berhati-hati dan selektif memilih biro perjalanan sebab tidak sedikit yang melakukan tindak pidana penipuan pada sektor travel haji dan umrah. Pemerintah berperan penting dalam penjaminan hukum dalam

¹ Vivi Nurul Afidah Dan Syahril Romli, “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umrah Dalam Merekrut Jamaah Di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru”, *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komonikasi*. Vol.1 No.3 (2019), h.184.

penyelenggaraan ibadah haji dengan mengesahkan Undang-undang No 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji. Dalam Undang-Undang ini dijelaskan bahwa terdapat prosedur yang benar dalam pembinaan, pelayanan dan perlindungan yang sebaik-bai knya bagi jamaah haji dan umrah agar masyarakat dapat menjalankan dan menunaikan ibadahnya tanpa ada kesalahan atau penyelewengan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.²

PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour And travel* Bengkulu sejauh ini hanya menggunakan pengenalan melalui pengalaman jamaah yang telah menggunakan jasa PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu ibadah umrah maupun haji kepada tetangga, kerabat, dan anggota, keluarga yang sudah menggunakan biro perjalanan haji dan umrah. Pemasaran secara *Experiential Marketing* dilakukan dengan membuat jamaah yang telah menggunakan jasa akan membicarakannya dan merekomendasikan secara tidak langsung kepada masyarakat luas, namun strategi ini masih dirasa kurang sepenuhnya efektif dikarenakan hanya melalui mulut kemulut, sehingga diperlukan cara yang lebih tepat baik melalui produk jasa yang ditawarkan, pelayanan, dan juga informasi yang mudah diakses bagi masyarakat luas. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan keinginan masyarakat, dikarenakan ini menjadi kunci penting

² Undang-undang No 13 tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji

guna memperoleh keberhasilan bagi PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu dalam meraih daya saing. Keberhasilan Biro perjalanan dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh strategi yang dimiliki. Strategi merupakan cara yang harus dimiliki perusahaan yang ada guna memberikan manfaat bagi pengguna. Berdasarkan uraian di atas, Banyaknya travel biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah, sehingga dapat menimbulkan persaingan antara travel yang satu dengan yang lainnya, yang dapat membuat para jamaah bingung mencari lembaga atau biro mana yang baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa mendapatkan hasil yang memuaskan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Strategi promosi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang memiliki orientasi bisnis untuk meraih kesuksesan. Banyak perusahaan atau lembaga yang berhasil karena adanya strategi promosi yang baik serta implementasi yang bagus.

Salah satu biro perjalanan yang ada di kota Bengkulu Adalah PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Penyelenggaraan ibadah umrah dan haji khusus yang telah berizin dari Kementerian Agama RI untuk ke tanah suci

dengan Nomor Izin umrah dari KEMENAG RI Nomor 76 Tahun 2019. banyaknya pesaing serupa dan juga kurangnya sosialisasi dan promosi yang dilakukan PT. Bimalyndo Hajar Aswad *Tour And travel* Bengkulu Dimana pengenalan biro perjalanan PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu baik haji dan umrah masih jarang dilakukan sosialisai pengenalan PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu di iklankan di media sosial ataupun media komunikasi seperti televisi.³

Bagaimanapun semua perusahaan atau lembaga yang berhasil pada saat ini, mempunyai satu hal yang sama yaitu bahwa mereka sangat kuat dan hebat terhadap para pelanggan serta komitmen PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Penyelenggaraan ibadah haji dan umrah khusus yang telah berizin dari Kementerian Agama RI untuk memberangkatkan ke tanah suci. PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu telah dipercaya menjadi penyelenggara Penyedia (Provider) Izin Visa oleh Pemerintahan Arab Saudi yang berpusat di Bukit Tinggi Padang serta telah memiliki Cabang dan perwakilan di Jakarta, Pekanbaru-Riau, Bungi Jambi, Bangko, Sumatera, Utara,

³ Vivi Nurul Afidah Dan Syahril Romli, "Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umrah Dalam Merekrut Jama'ah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru", *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komonikasi*. Vol.1 No.3 (2019), h. 194

Jawa, Balikpapan, Kalimantan Timur, Pontianak dan Bengkulu serta di Sumatera Barat sudah 99 persen Kabupaten/Kota.⁴

Atas dasar latar belakang tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Jama’ah di PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran Haji dan Umrah dalam meningkatkan jumlah jama’ah di PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran Haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah di PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah PT Bimalyndo hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah PT Bimalyndo hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu.

⁴ Armstrong Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 6.

D. Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada khalayak umum, khususnya segenap civitas akademika UINFAS Bengkulu serta sebagai penunjang untuk melanjutkan penelitian berikutnya.

2. Praktis

Dengan hasil penelitian ini penulis berharap dapat menjadi masukan, referensi, dan evaluasi bagi PT. Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu untuk menjalankan manajemen pemasaran yang lebih efektif dan efisien agar lebih lancar kedepannya. Dan juga untuk travel-travel lain agar lebih bisa mendalami manajemen khususnya tahapan strategi.

3. Penelitian ini berguna sebagai tambahan literature

Bagi peneliti lainnya yang terkait dengan Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jama'ah Haji dan Umrah PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu, sehingga menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang serupa.

4. Hasil penelitian ini juga berguna bagi travel-travel umrah lainnya untuk meningkatkan strategi pemasaran umrah di travelnya.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan telaah, untuk menghindari duplikasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu, penulis menemukan Skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung". Bertujuan untuk mengetahui analisis bahwa strategi yang diterapkan oleh travel umrah An-Nur Karah Agung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode pengumpulan data melalui Observasi, wawancara dan Dokumentasi.

Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan strategi pemasaran dengan cara memanfaatkan figur kiai sebagai strategi pemasaran, menciptakan paket yang diinginkan oleh para calon jama'ah, menetapkan harga yang bervariasi, membagikan brosur melalui media online atau offline, kunjungan ke majelis dan perusahaan, pameran dan sosialisasi produk kepada para alumni memperkuat jaringan alumni yang telah dilakukan dan terus diperbaharui oleh travel umrah An-nur Karah Agung mengalami peningkatan jumlah jama'ah. Bisa dilihat pada periode keberangkatan umrah tahun 2016 bahwa jamaah travel umrah An-Nur

Karah Agung jumlahnya mencapai 651 jamaah, 2017 jumlahnya mencapai 772 jamaah dan pada tahun 2018 jumlahnya mencapai 803. Ini menandakan bahwa jamaah An-Nur Karah Agung semakin meningkat dan bertambah setiap tahunnya.⁵

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah. sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan dalam pengumpulan datanya sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk perbedaannya ada pada lokasi penelitian dan sumber data penelitian, Waktu dan obyek penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Vivi Nurul Afidah dan Syahril Romli yang berjudul “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah Haji dan Umrah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru”. Bertujuan untuk mengetahui srategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa, strategi

⁵ Fauzan, ” Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung”, *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Tahun 2019.

pemasaran paket ibadah haji dan umrah dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru dengan menggunakan bauran pemasaran atau marketing mix, pertama melalui paket. Kedua, melalui harga. Ketiga, melalui distribusi. Keempat, melalui promosi. Dari penerapan strategi pemasaran tersebut PT. Sela Express Tour berhasil merekrut jamaah haji dan umrah, dan terus meningkat dalam setiap tahunnya.⁶

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah. sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan dalam pengumpulan datanya sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya terletak pada waktu penelitian dan obyek penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mega Utami Maharani, dkk yang berjudul “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Minat Calon Jema'ah”. Bertujuan untuk mengetahui rategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Minat Calon Jama'ah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara,

⁶ Vivi Nurul Afidah dan Syahril Romli, “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru”, *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komonikasi*, Vol.1 No.3 (2019), h.187.

dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Pertama, Perumusan strategi pemasaran yang meliputi visi misi, analisis lingkungan internal maupun eksternal menggunakan analisis SWOT, serta penentuan strategi pemasaran berdasarkan dari bauran pemasaran (marketing mix). Kedua, Implementasi strategi pemasaran yang berdasarkan strategi komunikasi pemasaran. Ketiga, Evaluasi strategi pemasaran yang dilakukan Ghinasepti ini dengan dua teknis: a. Dengan melakukan evaluasi mengenai teknis pelaksanaan kegiatan dalam menyebarkan informasi melalui media komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, b. Dengan mengevaluasi terhadap sumber informasi yang diperoleh calon Jemaah.⁷

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah. sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan dalam pengumpulan datanya sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya terletak pada waktu penelitian dan obyek penelitian.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Moh Affan dan Hamdah Marzuqotun Kamilah yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama’ah Haji dan

⁷ Mega Utami Maharani, Dkk, “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat Calon Jama’ah”, *Mabrur: Academic Journal Of Hajj And Umrah* Vol.1 No.6 (2022), h. 85.

Umrah di PT. Nur Haramain Mulia”. Bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji dan umrah di PT. Nur Haramain mulia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran merupakan alat untuk mencapai tujuan dan mempertahankan kualitas perusahaan. Yang mana Harga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran dan juga menjadi salah satu kendala yang sangat besar dalam usaha bisnis dikarenakan para konsumen sering kali melihat dari harga. Begitu pula dengan adanya persaingan yang sangat tajam dalam dunia bisnis, perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Oleh karena itu adanya penetapan harga yang sesuai dan strategi pemasaran yang baik pula dalam menghadapi pesaingan yang semakin tajam akan menjadi hal penting dalam mempertahankan kualitas perusahaan.⁸

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umrah, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan dalam pengumpulan

⁸ Moh Affan dan Hamdah Marzuqotun Kamilah, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Haji di PT. Nur Haramain Mulia”, *Haramain: Jurnal Manajemen Bisnis Vol.1 No.2* (2021), h.82.

datanya sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk perbedaannya ada pada waktu penelitian dan obyek penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Miftahal Anjar yang berjudul “Strategi Marketing Travel Umrah Lintas Darfiq dalam Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan”. Bertujuan untuk mengetahui strategi marketing travel Umrah Lintas Darfiq dalam Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa Lintas Darfiq berada dalam kolom kedua pada baris kedua, dengan menggunakan Matriks IFAS dan EFAS masing-masing diperoleh skor IFAS = 2,90 dan EFAS = 2,46. Skor IFAS dan EFAS kemudian dimasukkan ke dalam Matriks IE dan kemudian ditarik garis vertikal dan horisontal, maka terjadi sebuah titik pertemuan pada kuadran V, yakni strategi diversifikasi konsentrasi, dan dijelaskan juga dalam diagram SWOT, Lintas Darfiq berada dalam kuadran 3 yang berarti perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala atau ancaman eksternal. Fokus strategi perusahaan ini adalah

meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat mengatasi ancaman dan merebut peluang pasar yang lebih baik.⁹

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan dalam pengumpulan datanya sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk perbedaannya ada pada waktu dan obyek penelitian. Pada penelitian ini lebih fokus pada Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan, sedangkan penelitian peneliti lebih fokus pada meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang membawa peneliti secara langsung ke lapangan untuk mengadakan pengamatan guna memperoleh informasi yang diperlukan.¹⁰ Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian

⁹ Miftahal Anjar, "Strategi Marketing Travel Umrah Lintas Darfiq dalam Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan", *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel 2017

¹⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), h.21.

lapangan dilakukan guna mencari data-data yang sesuai dengan fenomena atau permasalahan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Haji Dan Umrah Yang digunakan oleh PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu dalam melakukan strategi pemasaran jama'ah haji dan umrah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan tersebut berupaya untuk mengungkapkan kenyataan yang ada atau yang terjadi untuk dipahami secara mendalam, sehingga pada akhirnya diperoleh temuan data yang diperlukan. Menurut Lexy J. Moleong adalah suatu penelitian yang akan mengumpulkan kata-kata, gambar dan bukan angka dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.¹¹

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini dilaksanakan Pada Tanggal 19 Desember 2022 - 19 Januari 2023 yang akan di tentukan dan penelitian ini akan dilaksanan (PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu), Jl. Salak Raya No.Raya, Lkr. Timur., Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu, Bengkulu.

¹¹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), h. 26.

3. Informan Penelitian

Setelah peneliti menggunakan unit analisis dari penelitian yang menggambarkan lokasi penelitian, maka pemilihan informan untuk penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling atau juga di sebut sample penilaian.

Informan penelitian dalam penelitian ini adalah pegawai 3 dan jama'ah 6 orang PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu, H. Agususanto, Lc.,s.s (Ketua), H, Efrial Susanto LC,MH (Sekretaris), Putri Rizkia Rahayu, Lc.,M.Ag (Bendahara), dan Jama'ah, Ardian, Nurhasiah, Mawarni, Lusi, Jaimena, Nurhaidah.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi serta dokumentasi.¹² Sebab bagi peneliti kualitatif fenomena dapat di mengerti maksudnya secara baik, jika dilakukan interaksi dengan subjek melalui wawancara mendalam dan observasi pada latar, dimana fenomena tersebut terjadi, di samping itu untuk melengkapi data diperlukan dokumentasi (tentang bahan-bahan yang ditulis oleh atau tentang subyek).

a. Observasi

Dalam observasi ini, penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. bahwa dalam

¹² H.R. Taufiqurrochman, dkk, *Manasik Haji Ziarah Spiritual*, (Malang: UIN-Maliki press, 2011), h. 6

observasi partisipatif penulis mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi aktif dalam aktivitas mereka. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan meminta pandangan mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada PT Bimalyndo hajar aswad *tour and travel* Bengkulu.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (semistructure interview) di mana pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.¹³ Wawancara terstruktur yaitu bila penulis atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam skripsi ini, penulis menggunakan metode wawancara yang dilakukan kepada subyek dengan menggunakan dokumentasi catatan lapangan.

¹³ Sugiyono Abdurahman, dkk, *penelitian Konsep Pemasaran* (Jakarta: PT. Kencana 2019), h. 96

c. Dokumentasi

Analisis dokumen dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen baik yang berada PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu, yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut. Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang di teliti. Adapun di dalam skripsi ini penulis mengumpulkan data mengenai laporan perjalanan berada PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu, sejarah, visi-misi, profil, serta bukti-bukti strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama"ah pada berada PT Bimalyndo Hajar Aswad *Tour and Travel* Bengkulu.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. di dalam buku Lexy Meleong mengemukakan bahwa

“aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.”¹⁴

Secara singkat, komponen-komponen analisis data dikemukakan oleh (Miles dan Huberman dalam Lexy Moleong) dapat dilihat penjelasan di bawah ini:

- a. Pengumpulan data, yaitu proses pengumpulan data mentah dimulai dengan memahami fenomena yang sedang diteliti.
- b. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan mengenai strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada PT bimalyndo hajar aswad *tour and travel* Bengkulu. Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk uraian atau laporan terinci. Data laporan tersebut direduksi, dirangkum, dipilih, difokuskan pada subjek riset. Data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hasil pengamatan, dan mempermudah penulis mencari kembali data yang diperoleh.¹⁵
- c. *Display*, Data/Penyajian data, yaitu sajian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis. Definisi lain yaitu

¹⁴ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian P2TP2Alitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offest, 2017), h. 277.

¹⁵ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian P2TP2Alitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offest, 2017), h. 279.

upaya penyajian sekumpulan informasi sistematis yang memberikan kemudahan tentang berbagai hal yang terjadi mengenai strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada PT Bimalyndo Hajar Aswad Bengkulu *tour and travel* Kota Bengkulu.

- d. *Analizing*, Dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil editing dan organizing data yang telah di peroleh sumber-sumber penelitian dan menggunakan teori sehingga di peroleh kesimpulan.yakni dari analis terkait perumusan tentang analisis strategi pemasan haji dan umrah di PT bimalyndo hajar aswad *tour and travel* Bengkulu
- e. Kesimpulan dan verifikasi, yaitu upaya mencari kesimpulan dari masalah. Dari ketiga metode analisis data di atas penulis menyimpulkan bahwa,ketiga metode ini yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan akan penulis lakukan setelah semua data telah diperoleh melalui wawancara catatan lapangan, dan juga memudahkan penulis di dalam mengetahui dan menarik kesimpulan terhadap strategi pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini suatu susunan dalam sebuah penulisan skripsi yang beretujuan untuk memperjelas masing-masing bab secara garis besar dengan susunan yang sistematis agar tidak adanya kesalahan dalam penyusunan, di setiap masing-masing bab menunjukkan karakteristik yang berbeda-beda namun tetap dalam ruang lingkup yang sama. Adapun sistematika pada penulisan ini yaitu sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, fokus masalah dan sub fokus, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Metode Penelitian dan sistematika penulisan..

Bab II Kajian Teori pada bab ini berisikan deskripsi teoritik yang menerangkan tentang materi dari judul skripsi ini, kemudian hasil penelitian yang relevan dan kerangka berpikir/ konseptual.

Bab III Gambaran Umum berisi gambaran umum mengenai objek penelitian. Berisi gambaran umum mengenai riwayat wilayah penelitian di PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and trevel* bengkulu

Bab IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan, yang berisi tentang strategi pemasaran, faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah jama'ah di PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and trevel* bengkulu

Bab V: Penutup yang berisikan hasil akhir dari penelitian dan juga sebagai akhir dari rangkaian penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran.

